

**PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA PENGGUNA *BLACKBERRY***

(Studi Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

BAYU AJI NARENDRA

B 100 090 015

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA PENGGUNA *BLACKBERRY* (Studi Empiris Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

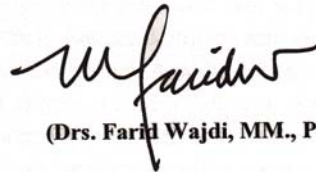
Yang ditulis oleh:

BAYU AJI NARENDRA
B 100 090 015

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 5 Juli 2013

Pembimbing

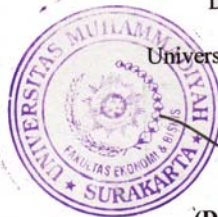


(Drs. Farid Wajdi, MM., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BAYU AJI NARENDRA
NIRM : B 100 090 015
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH CUSTOMER DELIGHT
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA
PENGUNA BLACKBERRY (Studi Empiris)
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 JULI 2013

Yang membuat pernyataan,

BAYU AJI NARENDRA

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan akan datang kemudahan maka kerjakanlah
urusanmu dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada

Allah kami berharap.

(Q.S. Asy-Syarah : 6 – 8)

Apa yang sudah berlalu itulah yang terbaik, keadaan yang lalu baik ataupun jelek
itulah yang terbaik karena akan menjadi landasan bagi hari esok.

(Imam Al Ghozali)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupersembahkan sebagai wujud rasa. Syukur, sayang, hormat, cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini terutama kepada: “**Allah SWT**” atas seluruh rahmat dan karunia-Nya *yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk.*

Bapak dan Ibu tercinta dengan segala hormat dan baktiku terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, pengorbanan, keikhlasan yang tiada pernah lekang oleh waktu. Rangkaian tasbih dan dzikir dalam doa malam yang tiada pernah putus. Serta segala **Nasehat** yang memberikan semangat untuk terus melangkah dalam menghadapi dan mengarungi kehidupan yang fana ini.

Teman-teman seperjuanganku. Sahabat seperjuangan terima kasih selama ini telah menjadi sahabatku yang paling berkesan, dan mau membantuku selama ini...

Semoga tali persahabatan kita ini tidak akan pernah putus dan tak akan pernah lekang oleh waktu. Almamaterku tercinta, tempat dimana mengajarku belajar, berkenalan dengan teman-teman berjuang bersama-sama mencari ilmu untuk bekal di masa depan.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer delight* (*justice*, *esteem* dan *finishing touch*) terhadap *customer loyalty* pada pengguna *Blackberry*. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memberi gambaran tentang salah satu bentuk alternatif dalam bidang pemasaran khususnya masalah loyalitas konsumen.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa pengguna *Blackberry* di Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *justice* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *Blackberry*, sehingga Hipotesis Satu diterima. Variabel *Esteem* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *Blackberry*, sehingga Hipotesis Dua diterima. Variabel *finishing touch* berpengaruh signifikan terhadap terhadap *customer loyalty* pada pengguna *Blackberry*, sehingga Hipotesis Tiga diterima. Variabel *justice*, *esteem* dan *finishing touch* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap terhadap *customer loyalty* pada pengguna *Blackberry*, sehingga Hipotesis Empat diterima.

Kata kunci: *justice*, *esteem*, *finishing touch*, *customer loyalty*.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA *BLACKBERRY* (Studi Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Triyono, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Farid Wajdi, MM., Ph.D., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Fatkhur Rochman, MM., selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya kepada penulis, selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak dan ibu tercinta, terima kasih untuk semua doa, kasih sayang, materi dan perhatian yang diberikan tanpa lelah dan ikhlas.
7. Terima kasih buat saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan, doa dan sebagai penyemangat saya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap semoga skripsi yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2013

Penulis



BAYU AJI NARENDRA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Loyalitas Konsumen	10
B. <i>Customer Delight</i>	16
C. Kerangka Teori	20
D. Hipotesis	21

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	23
	A. Jenis Penelitian	23
	B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	23
	C. Pengujian Instrumen Penelitian	24
	D. Metode Analisis Data	26
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
	A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Surakarta	32
	B. Karakteristik Responden	38
	C. Pengujian Instrumen Penelitian	40
	D. Pengujian Asumsi Klasik	44
	E. Analisis Data Hipotesis	47
	F. Pembahasan	51
BAB V	PENUTUP	57
	A. Kesimpulan	57
	B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Distribusi Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2.	Distribusi Umur Responden	39
Tabel 4.3.	Distribusi Fakultas Responden	40
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Justice</i> (X_1)	41
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Esteem</i> (X_2)	41
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Finishing Touch</i> (X_3)	42
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	42
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Normalitas	45
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian Multikolinearitas	46
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.13.	Hasil Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji t)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Pelanggan PT. Kerta Laksana Bandung .	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	20